



2017

O ANO PARA SUA  
EMPRESA **VENDER MAIS!**

#3 - Introdução

#4 - Deveria ter feito mas não fiz

#5 - Arrume a casa e defina um objetivo

#6 - Torne-se referência

#7 - Segmentação: A chave do sucesso

#9 - Alcance e Retorno

#10 - Otimização e Usabilidade

#14 - Gerenciamento e Interação

#15 - Relacionamento com o cliente

#16 - Automação de Marketing

#18 - Filtro e CRM

#20 - Medir o sucesso da empresa

#22 - Contratar um agência ou fazer internamente?

#24 - Sobre a Cooding

# INTRODUÇÃO

A Internet mudou o mundo, e agora o mundo muda a forma de utilizar a Internet. Cada dia que passa as pessoas estão mais exigentes e munidas de ferramentas que as auxiliam nas tomadas de decisão na internet, seja para ler um e-mail, comprar um produto, entrar em contato com uma empresa, comentar uma postagem, seguir um perfil ou até mesmo para um simples like.

Com a evolução dos meios de comunicação e do comportamento do consumidor após o surgimento da era digital, também houve a evolução das formas de se fazer propaganda, em virtude das grandes oportunidades de negócio que a internet pode oferecer, com um custo baixíssimo e um alcance muito mais eficiente quando comparada às mídias tradicionais de comunicação.

Neste E-book iremos oferecer informações sobre os pontos fundamentais para ações e práticas de Marketing Digital com resultados tangíveis e duradouros. Para isso acontecer você precisará de dedicação. Comece lendo este e-book até o final!

*Boa leitura!*

# DEVERIA TER FEITO MAS NÃO FIZ

Todos nós estamos sujeitos a cometer erros quando iniciamos uma operação de Marketing Digital, isso é absolutamente normal. O que não devemos fazer, é manter uma ação errada em curso por muito tempo. Para não correr esse risco é necessário além de conhecimentos técnicos, a realização de análises nos conjuntos de práticas que estão sendo adotadas.

Algumas práticas de comunicação de suma importância são constantemente deixadas de lado por muitas empresas, como: definir objetivos, utilizar mídias pagas, estabelecer palavras-chave, definir personas, produzir conteúdo relevante, interagir com os seguidores, ter páginas otimizadas, segmentar os anúncios, classificar os leads, mensurar os resultados e automatizar o marketing da empresa. Não cometa os mesmos erros. Reestruture o marketing da sua empresa e aproveite os benefícios.

Se sua empresa não tem certeza se está fazendo da forma correta ou se não tem feito nada do que foi dito acima, pode ter certeza que você está deixando de gerar muitas oportunidades de negócio. Não se preocupe, iremos te ajudar!

# ARRUME A CASA E DEFINA UM OBJETIVO

Primeiramente, responda as perguntas a seguir: você tem um marketing atuante na empresa? O planejamento é feito com base em históricos e pesquisas? As metas são atingidas?

Se a maioria das suas respostas forem SIM, parabéns você está no caminho certo. Agora, se a maioria das suas respostas forem NÃO, parabéns também, pois você está buscando uma forma de alcançar seus objetivos. Use as práticas que iremos indicar e aumente cada dia mais o sucesso da empresa.

Antes de mais nada, você precisa definir uma estratégia assertiva e flexível, que poderá ser ajustada para aprimoramento, sempre que necessário. Para que ela possa dar certo, teremos que sempre realizar testes e analisar comparativos. Sua estratégia deve ser pensada e acompanhada até que o objetivo seja alcançado.

Alguns pontos fundamentais para montar uma boa estratégia de Marketing Digital são:

- ✓ Saber se seu público-alvo têm interesse pelo seu produto na Internet;
- ✓ Analisar a concorrência;
- ✓ Definir os pontos fortes e fracos;
- ✓ Estipular orçamento condizente com as expectativas;
- ✓ Escolher ferramentas apropriadas para alcançar o objetivo;
- ✓ Ter compromisso em entregar a melhor experiência para seu cliente;
- ✓ Estabelecer prazos;
- ✓ Estar preparado para realizar mudanças.

# TORNE-SE REFERÊNCIA

Como sabemos, as pessoas recorrem à internet para realizar diversas ações: busca por entretenimento, informação e ofertas dos mais variados tipos de produtos e serviços. Por esta razão, quando uma empresa deixa de ter uma presença relevante na internet, ela perde a oportunidade de estabelecer novos contatos e, sem estes novos contatos, fica difícil conseguir aumentar a rentabilidade.

Mantenha a sua presença criando conteúdos de qualidade (e-books, posts, vídeos, Webinar, infográficos e guias de demonstração) que ajudem seu público nas tomadas de decisão. Ao mesmo tempo, é preciso estratégias bem definidas e otimizadas para alcançar os interessados nos momentos cruciais, exatamente quando estiverem em busca do que sua empresa tem a oferecer.

# SEGMENTAÇÃO: A CHAVE DO SUCESSO

## Na hora certa para pessoas certas

Quando se analisa os resultados das campanhas é importante compreender quais são as páginas de destino que estão gerando maior envolvimento. Por exemplo: de todo o conteúdo apresentado, qual tem mantido os internautas mais tempo no site? Quais são as páginas de destino com maior taxa de rejeição? Compreender essas métricas é importante fortalecer a presença da sua empresa na internet. Assim, você poderá gerar mais conteúdo e ter mais facilidade para fornecer conteúdo que seja relevante para os seu público-alvo.

## Faça o conteúdo ser encontrado

Uma vez gerado, o conteúdo precisa ser facilmente encontrado pelo público-alvo, independentemente do estágio ele esteja no funil de conversão (processo de tomada de decisão).

[Colocar imagem do funil de conversão]

[Saiba mais sobre funil de conversão e inbound marketing – link blog]

O marketing on-line proporciona diversas formas divulgação do conteúdo.



Sem sombras de dúvidas, a melhor ferramenta de pesquisa que existe no mundo, com a premissa de mostrar conteúdo realmente relevante para os seus usuários, o Google procura selecionar os melhores conteúdos e páginas para exibir em ordem de relevância em sua página de resultados. Tenha um bom conteúdo e um site bem estruturado para garantir muitos visitantes interessados no que sua empresa tem a oferecer.

Outra forma eficiente de manter o seu site nas primeiras posições dos resultados de busca do Google é através dos links patrocinados, onde, por meio do leilão de palavras-chave, você pode garantir que seu anúncio seja visto por quem busca por seus produtos/serviços.



Além de poder divulgar seu material para sua rede de seguidores e manter uma relação próxima com eles, o Facebook também oferece uma forma de anunciar seus produtos/serviços.

A grande vantagem de recorrer aos anúncios no Facebook, são as inúmeras opções de segmentação que ele oferece. Sendo assim, você consegue atingir realmente seu público-alvo. Lembrando que isso tudo tem que ser definido na hora do planejamento das estratégias.



# ALCANCE E RETORNO

Já falamos um pouco sobre as formas pagas do Google e Facebook, mas não custa nada deixar mais claro a importância que essas ferramentas tem para os nossos negócios.

A principal luta que existe quando uma empresa decide usar o Marketing Digital é **IMEDIATISMO vs INVESTIMENTO**. Todo mundo quer ter um negócio escalável e rentável, porém, o investimento faz parte desse processo, é importante então definir o orçamento que será aplicado nessas estratégias.

Utilizando as mídias pagas, você consegue um alcance maior e, conseqüentemente, um retorno favorável. Mas vale lembrar que, nem sempre, o maior o investimento garantirá um retorno rápido. O retorno dependerá de diversos fatores no planejamento da sua campanha.

Invista conscientemente em mídias pagas e nunca se esqueça de mensurar os resultados.

# OTIMIZAÇÃO E USABILIDADE

Você já parou para pensar se seu site realmente passa a imagem que você gostaria de passar para os consumidores? Um perigoso erro que alguns empresários cometem é achar que seu site está bom, levando em conta o gosto pessoal para chegar a essa conclusão. Então não se deixe enganar, não é por que você acha o site bonito que ele vai fazer sucesso.

Muito mais importante que aparência do site, é a estrutura. Caso ele não tenha sido desenvolvido levando em consideração pontos importantes para otimização, navegação e usabilidade, terá grandes chances de se tornar um site que não informa, que não conduz e conseqüentemente que não converte.

Cerca de 70% dos sites atualmente ativos sofrem algum tipo grave de deficiência, para seu site não ser mais um desses, vamos dar algumas dicas de como ter um site bonito e eficiente.



**Não deixe que seu site seja seu maior vilão**

## **Crie o mapa do site**

Antes de partir para o desenvolvimento, crie um rascunho, um pequeno guia do seu site, das seções e suas ramificações. É algo bastante simples de fazer e que fará uma diferença enorme na hora de criar o site. Com uma visão completa do que irá fazer, fica tudo mais claro para criar um site funcional.

## **A simplicidade das páginas**

Pense de forma simples. Páginas de web rebuscadas e cheias de movimento, que mostram ícones se mexendo e animações complexas levam à perda de foco para o que realmente deve ser destacado. Pense no que de fato é necessário para o seu site.

## **Posicionamento da marca**

Esse já é um padrão da internet mundial e que vale a pena ser levado em conta. Sempre que possível, use a marca da empresa no canto esquerdo superior do site. Esse local facilita a visualização, além de ser um dos principais pontos de atenção que as pessoas têm ao acessar um site.

## **Navegação**

Defina uma navegação intuitiva. Use botões ou links de fácil identificação, que sigam uma lógica para a estrutura do site.

## **Na página inicial já diga a que veio**

Deixe bem claro o que você e sua empresa fazem e quais as suas especialidades. Dê a quem visita o seu site todas as informações relevantes a respeito do seu negócio, para facilitar a conversão.

## **Separe os assuntos por temas**

Se a quantidade de conteúdo for muito grande, facilite o entendimento de suas informações agrupando os tópicos em temas. Isso facilita na hora de buscar determinados assuntos dentro do site.

## **Contatos sempre visíveis**

Uma das utilidades mais básicas de um site é aproximar o visitante da empresa. Por isso, deixe bem visível informações como telefone, endereço e e-mail. Um formulário de contato prático e simples também pode ser utilizado.

## **Uso de imagens**

O bom uso das imagens pode ajudar a mostrar o que cada seção do site traz. Quando possível, ilustre as seções com imagens relacionadas ao tema.

## **Informações relevantes**

Use o texto do site a seu favor. Apenas “jogar” as informações ao longo da página vai deixar tudo muito carregado e cansativo. Divida por assuntos, crie boxes de cores diferentes para destacar determinadas informações e faça colunas. Isso ajudará na montagem de um site de navegação agradável.

## **Cuidado com as fontes**

Fique atento ao uso de mais de duas fontes diferentes em seu site ou até da mesma fonte em tamanhos diferentes. Isso gera confusão na organização e no layout.

## **Crie um padrão e siga com ele**

Quando as páginas do site não têm um padrão, você corre o risco de dar ao visitante a impressão de estar em sites diferentes a cada seção.

## **Conheça o seu público**

Quem vai acessar o seu site? Tomando como base a resposta para esta pergunta, você pode, sim, se arriscar numa página inicial mais inovadora e fora dos padrões, de acordo com o público. Mas se o site não for voltado para um público bem específico, a melhor saída é sempre priorizar a funcionalidade e a objetividade.

# GERENCIAMENTO E INTERAÇÃO

As redes sociais têm um papel importantíssimo no relacionamento interpessoal, por isso, se tornaram uma ferramenta de comunicação indispensável para qualquer empresa, trazendo grandes vantagens e benefícios.

A velocidade da troca de informação que as redes sociais proporcionam, faz com que fortaleça o relacionamento entre cliente e empresa.

## **Saiba o que sua empresa pode ganhar com as redes sociais**

São muitos os benefícios das redes sociais para as empresas: vínculo direto com o público-alvo, lucratividade, dados, relatórios relevantes, métricas, presença, conhecimento do público, informação, credibilidade, confiança por parte dos usuários, alcance, interação e popularidade.

É importante estar preparado. Simplesmente criar uma página empresarial e sair postando imagens de motivação não é o bastante. É preciso definir uma estratégia, um público-alvo e um planejamento do que, quando, como e para quem fazer.

Redes sociais são um meio de relacionamento com os clientes e, ao contrário do que muitos pensam, não é uma forma de venda direta. As empresas podem conseguir uma venda, mas não será somente o anúncio que irá fazer a venda, mas também o relacionamento feito ao longo de um certo período.

Tenha uma rede social bem gerenciada e crie um relacionamento saudável e duradouro com seus clientes.

# RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

Falar sobre a importância da confiança nos relacionamentos pode até parecer papo de guru amoroso, mas, acredite, isso também é muito importante no âmbito do relacionamento com seus clientes.

Timing é tudo! Se seu cliente tem um problema e você conseguir identificar a raiz dele, conseguirá propor soluções que realmente o ajudarão. A consequência disso é, obviamente, a experiência de um bom atendimento e, por tabela, a satisfação garantida.

Para conseguir criar esse relacionamento saudável com seus clientes, é necessário sempre estar presente na vida deles, conseguindo identificar suas principais necessidades.

Use o Marketing Digital não só para conseguir novos clientes, mas também para manter um vínculo com os atuais clientes e mostrar para eles o quanto se importa e o quanto eles são importantes para o seu negócio.

# AUTOMAÇÃO DE MARKETING

Automação de marketing significa entender e agir de forma personalizada e escalável com as pessoas que interagem com sua empresa nos diferentes canais. É entender exatamente o interesse do Lead e seu estágio de compra, para dar a ele todas as informações que precisa.

Os modelos mais simples de relacionamento (e-mail marketing tradicional ou mesmo as mídias sociais) não foram suficientes para dar conta do recado. A automação de marketing surgiu como saída viável e muito eficiente para resolver o problema. É por isso que hoje o tema é cada vez mais presente nos principais blogs e eventos da área e se tornou obsessão do departamento de marketing de diversas empresas.





# 3

## GRANDES

motivos para investir  
em automação de marketing

### **Aumentar vendas e receita**

Aumentar vendas e a receita deve estar nos objetivos de praticamente qualquer empresa. Se essa empresa já tem uma base relevante de Leads, a automação de marketing é o caminho certo para alcançar esse objetivo.

### **Diminuir custo de aquisição**

Além do aumento das vendas e da receita, a eficiência e a praticidade da automação de marketing permitem também uma diminuição considerável no custo por aquisição de uma empresa.

### **Melhorar retenção**

O trabalho de pós-venda é muito importante para quem oferece produtos ou serviços, e a automação de marketing também é muito efetiva para melhorar o trabalho nessa etapa.

Um CRM de vendas tem como foco principal o acompanhamento do processo de vendas e, por consequência, a otimização da taxa de conversão de Leads (pessoas que possuem um perfil e interesse mínimo) para clientes.

## Informação como arma principal

Imagine que sua empresa está inserida no mercado de varejo e comercializa produtos esportivos através de um e-commerce. Quando você converte um novo cliente, alguns dados a respeito dele são captados pela empresa, como nome, e-mail, idade, quais os produtos comprados, etc., não é mesmo?

O CRM entra nessa história para otimizar a utilização desses dados. Por que não trabalhar todas essas informações para converter mais vendas e criar um vínculo cada vez maior clientes?

Com o uso de um bom software de CRM, é possível “nutrir” esses contatos com conteúdo relevante, relacionado ao itens de interesse deles, por exemplo. No caso de uma venda de corda para pular, é interessante, após alguns dias, encaminhar um conteúdo a respeito das melhores práticas, como: o que é necessário para começar a pular corda; quais alimentos ajudam a ter energia; que músculos esse exercício trabalha; etc. Depois de uma série de e-mails a respeito do assunto, você pode oferecer um outro produto, como um tênis adequado para aquela atividade física.

Com isso, é possível conhecer cada vez mais o cliente e encontrar, durante todo o processo de coleta de dados, informações que podem ajudar em novas negociações. Com um perfil cada vez mais claro e alinhado, você consegue gerar mais e mais vendas!

## **Atendimento diferenciado e encantador**

Como vimos, os hábitos de consumo estão mudando de acordo com a evolução do mercado — prova disso é a predominância do Inbound Marketing sobre o tradicional Outbound.

Os usuários ainda são diariamente bombardeados com diversos tipos de anúncios, seja da sua empresa, ou a do seu concorrente. Diante de preços semelhantes e os mesmos produtos, existe um diferencial capaz de influenciar no processo de tomada de decisão: o atendimento.

Quanto mais informações seu vendedor tiver a respeito do seu cliente, mais munção tem para tentar acertar no alvo e estabelecer mais proximidade entre ele e a empresa.

Os novos hábitos de consumo giram em torno da confiança e identificação com a sua empresa. Os consumidores precisam se sentir compreendidos e perceber que sua empresa não está apenas querendo vender um produto: ela está querendo auxiliar na resolução de um problema. Mostrar conhecimento a respeito do seu cliente é a melhor maneira de fazer isso.

# MEDIR O SUCESSO DA EMPRESA

## O responsável por mensurar

Qualquer estratégia de marketing não funciona direito, muito menos fará sucesso, sem definir métricas ainda no planejamento. Se você não quer depender da sorte ou do acaso, é fundamental contar com indicadores e ferramentas que auxiliem nesse trabalho de mensuração dos resultados no Marketing Digital.

Escolher ferramentas úteis antes de colocar uma campanha em prática é fundamental para acompanhar o desempenho de suas ações. Essas plataformas reduzem o tempo de busca e análise de dados, fornecendo relatórios que agilizam a avaliação dos resultados de campanha.

Por isso é necessário ter alguém responsável e ciente de todas as ações que estão sendo aplicadas. Essa pessoa, melhor do que ninguém, saberá dizer se a estratégia está dando certo ou não.

## A necessidade de métricas para a sua empresa

As métricas são necessárias para justificar qualquer investimento feito em Marketing Digital. A vantagem de quase tudo que pode ser mensurado na internet está em comprovar a eficácia das estratégias.

Vale lembrar que nem tudo deve ser medido. As métricas mais relevantes, relacionadas aos objetivos das campanhas, são as que realmente fazem diferença nos resultados. Essas métricas são transformadas em KPIs - Key Performance Indicator (indicadores-chave de performance), sendo as mais utilizadas:

- Taxa de conversão, que pode ser a taxa de vendas, assinaturas, matrículas, downloads, cadastros etc.;
- ROI (retorno sobre investimento);
- CAC e CPL (Custo de aquisição de cliente e Custo por lead, respectivamente);
- Impressões e visualizações de páginas;
- Tempo de permanência e bounce rate;
- Interações, especialmente comentários, tickets de suporte, atendimento ou qualquer outro feedback relevante vindo do público.

Outras métricas, como as curtidas e views, não possuem o mesmo nível de importância das demais, mas servem como auxiliares para atingir metas menores.

Sem parâmetros não há como saber se objetivos e metas foram, ou não, cumpridos. A análise em tempo real ainda permite fazer mudanças necessárias e pontuais nas campanhas, para otimizar os resultados de acordo com as preferências dos consumidores.

# CONTRATAR UMA AGÊNCIA OU FAZER INTERNAMENTE?

Que o Marketing Digital não é só uma moda passageira e, a cada dia mais, se mostra como uma estratégia comprovadamente eficaz para reduzir os custos e ampliar o ROI da sua empresa, você já sabe. Entretanto, uma dúvida comum é sobre como implementar a metodologia na empresa: contratar uma agência, treinar funcionários ou contratar novos profissionais?

## Como fazer internamente

Para desenvolver uma boa comunicação digital para a sua empresa você vai precisar de tempo, dedicação e paciência. Se você não é um profissional da área, certamente não será tão fácil, o que não quer dizer que é impossível. Siga as dicas de demos no decorrer deste E-book e colha os bons frutos que suas estratégias poderão trazer. Mas não se esqueça de acompanhar de perto cada campanha e verificar a reação do seu público. Isso é imprescindível para manter a imagem da sua empresa.

Mas se você precisa de resultados mais rápidos e expressivos, não hesite em contratar uma agência especializada no assunto. Assim, você poderá contar com profissionais capacitados em diferentes áreas do Marketing Digital, empenhados em trazer os resultados que sua empresa precisa.

## Contratando uma agência de Marketing Digital

Com a contratação de uma agência especializada, você obterá uma parceria que tem interesse especial em fazer com que sua comunicação digital tenha sucesso. Para isso, elas contam com colaboradores capacitados na área e estão a par das últimas ferramentas, tecnologias, estratégias e técnicas para te ajudar.

# SOBRE A COODING

Nossa equipe é multidisciplinar, com expertise em estratégias de Marketing Digital. Reunimos profissionais especializados para criar estratégias de marketing ideais para garantir reconhecimento e agregar valor à sua marca.

Através da análise de mercado e do estudo do público-alvo, identificamos oportunidades e criamos campanhas assertivas e personalizadas. Para garantir os melhores resultados, estabelecemos um vínculo entre a sua marca e seus clientes à partir de um princípio fundamental: falar a linguagem do seu público-alvo.

O crescimento dos nossos parceiros é o nosso foco, por isso trabalhamos todos os dias para atrair resultados e superar suas dificuldades no mundo digital, afinal, nossos parceiros merecem nossa busca diária por um **futuro de sucesso!**

[VEJA A APRESENTAÇÃO COMPLETA](#)



**OODING**  
inbound marketing